



Corsi aziendali, video online e mostre per formare medici e clienti. Leonardo da Vinci testimonial

Aboca insegna a curare la persona

Fatturato in crescita del 30% in Spagna, Francia e Polonia

DI GIANFRANCO FERRONI

Leonardo da Vinci testimonial di Aboca, per comunicare il benessere. In più, corsi aziendali per formare medici e clienti, video online, libri e una fabbrica 4.0. Si rafforza la mission aziendale di Aboca, gruppo attivo nell'innovazione terapeutica a base di complessi molecolari naturali: oggi ancora di più, da quando è stata trasformata in società benefit sancendo, anche a livello legale, la sua vocazione aziendale in cui si fondono attività imprenditoriale e ricerca del bene comune. Anche grazie al genio di Leonardo da Vinci.

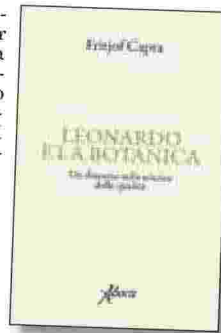
A Italia Oggi, l'amministratore delegato di Aboca Massimo Mercati sostiene che «l'impresa si inserisce all'interno del sistema vivente e dovrebbe dividerne le regole affinché la sostenibilità non sia più solo compensazione delle esternalità della produzione ma elemento costitutivo dell'impresa stessa. I valori che perseguiamo sono nel nostro Dna da sempre e oggi possiamo dimostrare che questo approccio è a sua

volta un fattore di successo. Creare valore per la società è la prima condizione che consente a imprese come la nostra di affermarsi sul mercato». Fatturato in crescita anche lo scorso anno, registrando punte del +30% in nazioni quali Spagna, Francia e Polonia, dopo aver sfiorato quota 200 milioni di euro nel precedente esercizio: le filiali estere trainano lo sviluppo, e in Italia si punta sulla «qualificazione dei fatturati».

E con Leonardo che permette di raccontare tante storie legate alla salute, seguendo il percorso iniziato a Sansepolcro con Aboca Museum, nel palazzo Bourbon del Monte: il legame dell'azienda con il fisico austriaco

Fritjof Capra, che ha compiuto ricerche sulle alte energie in varie università europee e americane, occupandosi anche delle implicazioni, filosofiche e non, della scienza moder-

na, fondatore e direttore del Center for Ecoliteracy a Berkley in California, quest'anno permetterà di rendere visibili i suoi studi sul genio rinascimentale grazie a una mostra fiorentina dedicata a *Leonardo e la botanica*, nella ex caserma dei Carabinieri a Santa Maria Novella, curata insieme a Stefano Mancuso. Si tratta di uno dei cavalli di battaglia di Capra, che già nell'omonimo libro ha illustrato in modo magistrale gli studi di botanica portati avanti da Leonardo nel corso di tutta la sua esistenza, mettendo in evidenza come il suo disegno avesse una solida base «scientifica», capace di rappresentare fedelmente una realtà in costante evoluzione. Dall'osservazione alla puntuale rappresentazione delle piante nelle sue opere, Leonardo trasse interessanti spunti da rianalizzare oggi nella prospettiva di quella scienza della qualità che consentì al genio del Rinascimento di cogliere la natura nel suo processo del divenire.



L'opera *Leonardo e la botanica*

Mercati rileva che «un'azienda oggi deve puntare al progresso dell'umanità, come dice Capra. Migliorare l'ambiente dà più valore alle persone: e non si tratta solo di sensibilizzare tutti sui temi dello sviluppo sostenibile, perché al centro deve esserci la cura della persona. Il rapporto tra uomo e tecnologia assume un carattere fondamentale:

stiamo puntando alla fabbrica 4.0 con una nuova area produttiva dedicata agli sciroppi, con una potenzialità annua di 35 milioni di pezzi. Senza dimenticare nuove formulazioni energetiche per gli integratori, quelle avanzate di sollievo per la stipsi, i nuovi estratti per un ulteriore passaggio rilevante tecnologico». Oggi il gruppo conta su 1.478 presenze sui luoghi di lavoro, con professionalità sempre più evolute: «Seguendo la traccia di Leonardo, il suo modo di conoscere la natura, si può avere la visione di una scienza sistemica. Le sue intuizioni, le applicazioni pratiche della botanica, fanno

capire che non si può prescindere dal sistema vivente».

La scommessa di Aboca è sempre la comunicazione, per condividere valori e conoscenze, con l'obiettivo di diffondere i valori dell'azienda. Comunicazione intesa come formazione e divulgazione sia scientifica che culturale, formando e informando in Italia e all'estero in modo sistematico la rete vendita, i professionisti che distribuiscono i prodotti e i medici che li prescrivono, attraverso incontri e seminari. Corsi in azienda sul territorio, videocorsi online, fino a veri e propri tour con cui portiamo a

intere platee di professionisti sanitari in Italia e in Europa, nuove evidenze scientifiche e innovazioni di prodotto. Tra le più recenti iniziative, il filmato realizzato in italiano e in lingua inglese interpretato dalla voce di **Lella Costa**, artista che da anni collabora con l'azienda condividendone i valori e la filosofia. Un filmato che tende a sottolineare la vicinanza uomo-natura: «Siamo tutti fatti della stessa materia, il codice genetico, il Dna. Piante, animali, uomini, rispondiamo tutti a quel linguaggio e siamo interconnessi». E adesso tocca a Leonardo.

© Riproduzione riservata



Massimo Mercati

